



LABORATOIRE ACOFARMA
RABAT

Chantier de
Recrutement des
Délégués **M**édicaux

1. PREAMBULE

La médecine est l'une des rares disciplines qui ont confirmé une extraordinaire capacité à dompter les technologies les plus élaborées, les innovations les plus performantes et les découvertes les plus récentes. Elle a réussi à les apprivoiser pour faire en sorte qu'elles soient mises au service de la santé des individus et des collectivités en vue de soulager leurs souffrances, traiter leurs endémies ou les protéger contre les maladies dans les cas de la prévention.

Elle est donc l'un des rares domaines qui peuvent se prévaloir d'être en phase très harmonieuse et en symbiose parfaite avec les mouvements d'innovations technologiques, dont la célérité, la densité, la vivacité et surtout l'impact sur les modes de vies des individus représentent toutes les caractéristiques d'une véritable révolution humaine.

La médecine a réussi donc cette gageure. Au bénéfice de la santé des populations dont les frontières sont, chaque jour, reculées avec l'introduction de profonds bouleversements dans la manière d'aborder la maladie, dans la façon de la traiter et dans les outils, instruments et méthodes utilisés pour en gérer la charge pour la collectivité.

Le secteur de la fabrication des produits pharmaceutiques et para pharmaceutique est traditionnellement dominé par les multinationales et les grandes structures et ce sont elles qui déterminent les règles du jeu, et maîtrisent les flux de distribution.

C'est dans la quête de compétitivité et de recherche d'un positionnement dans ce secteur que la société s'investit dans la recherche et la fabrication de nouveaux produits. De nombreux accords de partenariats avec des laboratoires de renommée internationale et des institutions de recherche permettent d'accompagner la société dans son développement. Des études d'opportunités ont été aussi en vue de broser à grands traits le contexte dans lequel devra s'inscrire la stratégie de l'entreprise en tenant compte des objectifs de sécurité, de conformité aux normes internationales, de qualité, de fiabilité et d'endurance.

2. PRESENTATION DU LABORATOIRE

2.1 Genèse et développement du Laboratoire Acofarma

LABORATOIRE ACOFARMA est spécialisé dans la fabrication des produits para pharmaceutiques et dermo cosmétiques vendus exclusivement en pharmacie. Le siège social de la société est à Rabat et l'unité de production à Témara.

D'un capital social de 2.500.000 de Dh, la société a été créée en 2000 et emploie actuellement une trentaine de personnes. Cet effectif ne cesse d'augmenter au fur et à mesure de la fabrication et de mise sur le marché de nouveaux produits. Elle est née de la volonté de substituer la dimension industrielle de fabrication à l'activité commerciale, domaine initial de prédilection de la société. Il s'agit en fait d'un passage du statut d'importateur et de distributeur à celui de fabricant des produits sur place, via la recherche et développement et les accords de partenariats avec des laboratoires de renommée internationale.

Ainsi et à travers l'acquisition d'équipements de haute technologie et le perfectionnement des compétences et des aptitudes professionnelles de son personnel, l'entreprise a gagné en maturité,

en image de marque et est actuellement perçue comme un partenaire sérieux de différents laboratoires de la place.

Elle a bénéficié en outre d'un certain ensemble de programmes d'assistance mis en place par les pouvoirs publics, tels que MEDA, GIAC, les CSF, RDT, EUREKA etc. Toutes ces institutions ont contribué, chacun pour sa part, à rehausser les compétences du laboratoire en matière de ressources humaines, de diagnostic stratégique et de recherche scientifique.

Pour asseoir sa notoriété, le laboratoire a concentré sa stratégie sur la fabrication et la commercialisation de produits de forte valeur ajoutée technologique vers des marchés extrêmement concurrentiels. Ce challenge est de taille. La nécessité d'adaptation, de flexibilité, de productivité, d'abaissement des coûts, d'amélioration des performances et de la qualité exigée par l'environnement doivent être pris en considération.

Aussi et pour prétendre à une vocation internationale, le laboratoire Acofarma a créé une structure en France et notamment à Paris pour développer les synergies requises en matière de recherche, développement, fabrication et commercialisation à travers le monde.

L'entreprise fabrique aujourd'hui huit produits et lancera incessamment la fabrication d'une vingtaine de produits.

2.2 Stratégie de développement

La stratégie de développement du Laboratoire Acofarma pour les 3 futures se présente comme suit :

- **Elargissement de la gamme de fabrication :** Il s'agit d'élargir la gamme des produits para pharmaceutiques à fabriquer ou à transformer par ACOFARMA en vue de consolider sa place parmi les laboratoires nationaux en la matière. Une vingtaine de produits sont déjà dans un état avancé de leur sondage, étude Marketing et concept de packaging.
- **Création d'un centre de recherche et développement scientifique.**

.....
.....

- **Augmentation de la capacité de production:**

Il s'agit d'acquérir un lot de terrain dans la zone industrielle de Rabat en vue de construire un grand laboratoire aux normes pharmaceutiques.

- **Pénétration des marchés européens, Américain, Africain et du moyens Orient.**

Il s'agit de pénétrer ces marchés via l'antenne du laboratoire déjà en activité en France. Des démarches sont actuellement en cours pour positionner le laboratoire en USA, Dubaï et Tunisie.

- **Mise à niveau du système d'organisation de l'entreprise et amélioration des compétences des ressources humaines:**

Il s'agit d'opérationnaliser l'organigramme actuellement en gestation, de mettre en place une structure adéquate des ressources humaines afin d'accompagner les évolutions multidimensionnelles en cours, de mettre à niveau les compétences du personnel de

fabrication par des actions de recyclage, de former et accompagner les responsables des différentes entités qui seront formalisées.

- **Mettre en place un système d'assurance qualité conforme au référentiel ISO 9001 (Version 2000) :**

Ce référentiel constitue le minimum requis pour satisfaire aux autres critères de qualité du secteur médical. D'autres certifications sont aussi obligatoires pour accéder aux marchés européens et américains.

- **Recrutement et perfectionnement des Délégués médicaux et pharmaceutiques afin d'accompagner la politique de diversification et d'élargissement de la gamme :**

Il s'agit de recruter des Délégués médicaux et pharmaceutiques, afin d'accompagner la stratégie de diversification et d'élargissement de la gamme et de les faire bénéficier de formations spécifiques afin d'améliorer leur employabilité et leur efficacité.

3. CAHIER DE CHARGE DE LA MISSION

La mission confiée au cabinet Manconseil par le Laboratoire Acofarma consiste à l'accompagner dans le chantier de recrutement et de formation, dans une première phase, de 25 délégués médicaux et Pharmaceutiques pour les villes de Casablanca (15 délégués) et Rabat (10 délégués).

Le chantier en question comportera les phases suivantes :

- **Phase 1 :**

Prise de contact avec l'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC) compte tenu de la vocation de cette dernière à assister les entreprises dans ce domaine et à mettre en œuvre les mesures de promotion de l'emploi mises en place par les pouvoirs publics.

- **Phase 2 :**

Consultation de la base de données des agences de l'ANAPEC de Rabat et de Casablanca en vue de pré - sélectionner les candidats présentant les profils adéquats sur la base des CV (diplômes et cursus scolaire et professionnel).

- **Phase 3 :** Convocation des candidats pré – sélectionnés.

- **Phase 4 :** Réalisation d'une action de sensibilisation collective au profit des candidats présents sur l'entreprise, ses attentes, les postes à pourvoir ainsi que les conditions requises pour être retenu.

- **Phase 5 :** Réalisation des entretiens individuels et sélection des candidats.

- **Phase 6 :** Conclusion des conventions avec l'ANAPEC et les candidats concernés en vue de l'éligibilité du chantier.

- **Phase 7 :** Réalisation de la formation au profit des candidats ;

4. PROFIL DU DELEGUE MEDICAL & PHARMACEUTIQUE

4.1 Profil de base des candidats

- Age de 20 à 35 ans
- Niveau Bac + 4 ou plus
- Formation scientifique
- Bonne présentation
- Bonne élocution en français
- Aptitude rédactionnelle
- Connaissance de l'outil informatique
- Motorisé
- Avec expérience – si possible-

4.2 Profil de délégué médical (ou visiteur médical)

4.2.1 Mission

- Le délégué médical, est un informateur scientifique. Il est le porte parole des laboratoires ACOFARMA qui l'emploie. Il fait le lien entre le laboratoire et les médecins.
- Le délégué médical parcourt la région de son affectation et qui constitue son secteur pour présenter les différentes spécialités des laboratoires ACOFARMA aux médecins du secteur privé, du secteur hospitalier et rendre visite aux pharmaciens, ainsi qu'aux répartiteurs pharmaceutiques, pour s'assurer de la disponibilité de ses produits. Mais la similitude avec le représentant des autres secteurs s'arrête là puisque le visiteur ne vend pas directement. Sa mission consiste à présenter au médecin les différents avantages de son produit, afin que ce dernier puisse le prescrire.
- Sa mission est donc d'informer et de démontrer l'efficacité du médicament pour inciter le médecin à le prescrire.

4.2.2 Description des tâches

- Le délégué médical a une activité mi-médicale, mi-commerciale
- Même si le délégué n'est pas un vendeur, il doit être un très bon commercial, maîtriser toutes les techniques de communication et de vente.
- Il doit avoir une grande capacité d'écoute pour pouvoir découvrir les besoins du médecin (qui sont les mêmes que ceux du malade), et doit être en mesure de mettre en avant les avantages du produit pour répondre aux besoins du médecin.
- Il rend visite à un nombre déterminé de médecins par jour à leur cabinet ou dans leur service hospitalier pour promouvoir les produits du laboratoire qu'il représente.

- Il doit savoir démontrer les vertus du médicament, en décrire la composition et la posologie, le mode d'utilisation, les précautions d'emploi, les contre-indications, les effets secondaires et le mode d'emploi.
- Il doit donc connaître en professionnel les produits qu'il vend, et pouvoir faciliter leur prescription par les médecins en leur présentant les recettes d'utilisation toutes faites. Il lui faut pour cela un certain bagage scientifique.

4.2.3 Conditions de travail

- Le délégué médical passe une bonne partie de sa vie professionnelle dans sa voiture et dans les salles d'attente des praticiens.
- Il doit rédiger des rapports de visites et des reportings périodiques à destination du Laboratoire Acofarma. Une aptitude rédactionnelle et une maîtrise de l'outil informatique sont indispensables.

4.2.4 Evolution professionnelle

- Toujours en déplacement, le métier de délégué médical use vite et après une dizaine d'années d'exercice, les délégués peuvent se sédentariser et devenir superviseur, responsable d'équipe ou chefs de produit et travailler dans le service marketing du laboratoire Acofarma.

5. PROGRAMME DE FORMATION

Compte tenu de la spécificité du métier de délégué médical, le programme de formation prévu pour les candidats retenus se présente comme suit :

Thèmes de formation	Volume horaire
A. Introduction au métier de délégué médical (ou visiteur médical)	4 heures
B. Anatomie - Physiologie Objectif : • Familiariser les candidats aux différentes parties de l'organisme, leur appellation médicale, ainsi qu'à leur fonctionnement. • Accoutumer les candidats au langage médical pour pouvoir communiquer avec les médecins et comprendre leur langage et leurs besoins, lesquels sont aussi les	76 heures

	besoins du malade.	
	Cellules et tissus	6 heures
	Structure de la peau	6 heures
	Appareil cardio-vasculaire	10 heures
	Appareil respiratoire	10 heures
	Appareil urinaire	6 heures
	Appareil digestif	10 heures
	Les glandes endocrines	10 heures
	Ostéologie Arthrologie	10 heures
	L'audition	8 heures
C. Les défenses de l'organisme		
Objectif :	- Connaître le fonctionnement des défenses de l'organisme est très important pour pouvoir discuter des différentes pathologies et thérapeutiques. - Ce module est pratiquement présent dans toutes les pathologies qui touchent l'être humain.	30 heures
	Supports des mécanismes de défenses	10 heures
	Les moyens de défenses non spécifiques	10 heures
	Les moyens de défenses spécifiques	10 heures

D. Dermatologie		
Objectif :	Faire connaître les rudiments de la dermatologie, afin de permettre au visiteur médical de pouvoir présenter les produits liés à cette spécialité.	32 heures
	La peau	6 heures
	Sémiologie	6 heures
	Pathologie à étiologie connue	7 heures
	Pathologie à étiologie inconnue	7 heures
	Thérapeutique	6 heures
E. Pharmacologie		
Objectif :	Connaître le devenir du médicament dans l'organisme quelque soit la voie d'administration utilisée.	40 heures
	Généralités	
	Absorption	
	Voies d'administration	
	Diffusion	
	Métabolisme	
	Élimination.	
F. Formation produits (Toutes les caractéristiques du produit sont examinées)		
Objectif :	- Faire connaître l'utilisation du produit, sa composition, contre indication, précaution d'emploi, prix, produits concurrents. - Permettre au délégué médical de positionner son produit sur un diagnostic précis.	20 heures
	Dénomination commune internationale (DCI)	
	Pharmacologie/pharmacocinétique	
	Toxicologie	
	Indications	
	Contre indications	
	Précautions d'emploi	
	Posologie	
	Prix	

	Positionnement du produit	
	Fiches produits : Elaboration de fiches produit où les caractéristiques sont transformées en avantages, puis en besoins, pour le médecin et pour le malade.	
	Vade Mecum concurrence : Elaboration de fiches sur les principaux concurrents faisant ressortir pour chacun les points forts et les points faibles par rapport à notre produit.	
E. Techniques de négociation		30 heures
Objectif :	Maîtriser les techniques de négociation en apprenant à mieux connaître les gens en vue de les comprendre afin d'arriver à un échange harmonieux.	
	Les conditions d'une négociation	
	La préparation de l'entrevue	
	La prise de contact	
	Techniques de réussite du contact et découverte du besoin	
	Présentation du prix	
	Traitement des objections pour une meilleure argumentation	
	Choix du moment pour prendre la commande / La conclusion de la vente	
E. Techniques de vente appliquées à la visite médicale		60 heures
Objectif :	Adapter les concepts des techniques globales de vente au secteur médical en tenant compte de ses spécificités.	
	L'écoute	15 heures
	La présentation du produit	7 heures
	Etablissement d'objectifs de visite	8 heures
	Techniques de questionnement	8 heures
	Comment surmonter les objections ?	10 heures
	Comment conclure une visite ?	12 heures
G. Jeux de rôle (avec enregistrements vidéo, analyses et commentaires)		20 heures
Objectif :	- Simuler des situations de contact avec les populations cibles ; - Analyser collectivement les différents types de comportements ; - Apporter les rectifications et améliorations requises.	
	Training produit : Le Visiteur Médical fait des simulations de visites, confronté aux situations les plus diverses. En fonction de la cible, il devra argumenter face aux différents types de médecins (Médecin prescripteur, indifférent, Médecin sceptique, Médecin qui réfute les argumentations avancées et Médecin satisfait de la concurrence.	
H. Formation action		140 heures
Objectif :	- Mettre le candidat devant différentes situations réelles, qu'il aura à rencontrer sur le terrain ; - Lui apprendre la patience, la perfection grâce à d'infini répétitions.	
	Chaque candidat fera l'objet d'une mise en situation réelle de visite. Il s'agit de visites en duplex (avec un formateur / superviseur) chez différents médecins pour affiner les différentes théories acquises lors de la formation théorique. L'accompagnement est extrêmement nécessaire. Il permettra au délégué médical de prendre confiance en soi, de poser toutes les questions possibles. Le processus durera 4 semaines et brassera toutes les situations auxquelles seront confrontés les délégués médicaux en formation.	

I. Evaluation

Objectif :	• Evaluer le degré d'assimilation des différents thèmes par les candidats avec pour finalité la mise en place de mesures correctives en cas de dysfonctionnements ou de décalages par rapport aux attentes.	20 heures
	L'ensemble de la formation théorique et pratique est sanctionné par une évaluation au niveau de chaque thème et globalement à l'issue de la formation.	

N. B. : La liste des formations n'est pas exhaustive. D'autres thèmes pourront être greffés au programme global pour tenir compte des besoins des participants et de l'exercice du métier.

6. CONTACTS

Pour toute demande d'informations complémentaires ou détails éventuels, les personnes ressources du cabinet de conseil Manconseil chargées de l'opération sont les suivantes :

- M. RHOUALEM Abdelhaq: (061) 54 19 72 Email : abdel@acofarma.fr